

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia saat ini memasuki era revolusi industri 4.0, era ketika semua aspek kehidupan menekankan pada pola ekonomi digital, kecerdasan buatan, *big data*, *cloud computing*, *autonomous vehicles*, *3D printing*, robot dan otomasi.

Menurut Andreas Hassim (2016),

“ukuran besar perusahaan tidak menjadi jaminan, namun kelincahan perusahaan menjadi kunci keberhasilan meraih prestasi dengan cepat.”

Ukuran sebuah perusahaan saat ini bukan menjadi sebuah jaminan lagi bahwa perusahaan tersebut selamanya akan *settle*, namun kejelian sebuah perusahaan untuk memanfaatkan lompatan teknologi yang begitu massif lah yang akan menjadi jaminan. Contoh nyata terhadap fenomena di atas antara lain adalah Go-Jek yang saat ini bukan hanya mengancam industri transportasi konvensional, tetapi juga menjadi pilihan utama masyarakat, bukan hanya di bidang transportasi saja. Selanjutnya di pasar transportasi jarak jauh dan *travelling*, ada Traveloka juga menjadi salah satu pemain yang menggeser posisi biro-biro travel yang sudah berdiri sejak lama. Tokopedia, Blibli, Bukalapak, merupakan contoh lain dari perkembangan revolusi industri generasi keempat yang menyebabkan banyaknya *department store* dan toko-toko konvensional menutup gerai-gerainya.

Masyarakat jaman sekarang lebih sering menggunakan sosial media dalam melakukan aktivitasnya, bahkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berbagai terobosan dan loncatan teknologi di era industri 4.0 bukan hanya membuka pasar-pasar baru yang dapat ditangkap oleh para pelaku usaha, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan-perusahaan manufaktur, diantaranya dengan memanfaatkan dunia maya untuk penyederhanaan dan optimalisasi rantai suplai, serta memaksimalkan pemasaran. Seperti yang kita tahu bahwa dunia saat ini sudah tidak mengenal batasan ruang dan waktu. Seorang *purchasing staff* dari perusahaan *non woven* di Jogjakarta tidak perlu mengalami kesulitan lagi untuk membeli biji plastik langsung dari Tiongkok, atau seorang pebisnis dari Perancis tidak lagi pusing mencari barang-barang meubel berkualitas tinggi hasil dari tangan-tangan terampil pengrajin di Jepara tanpa harus meninggalkan negaranya. Kita bisa bayangkan begitu banyaknya efisiensi yang bisa dicapai sebuah entitas bisnis dengan adanya era internet dan digital seperti jaman sekarang.

Dewasa ini, dunia bisnis menunjukkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini tidak terbatas pada perusahaan manufaktur ataupun perusahaan dagang, tapi juga terjadi pada perusahaan jasa. Sebuah entitas bisnis yang *profit center* tentu saja menganut prinsip *going concern*, yang tidak hanya menuntut perusahaan untuk terus menjaga kelangsungan hidupnya, tetapi juga berkembang dan berbuah. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus mampu memikirkan dan menjalankan strategi perusahaan yang

mengacu pada efisiensi dan efektifitas. Dasar strategi efisiensi adalah dengan cara menekan biaya produksi serendah mungkin, tetapi tetap memperhatikan kualitas dari produk yang dihasilkan. Persaingan dalam bisnis mau tidak mau mengharuskan semua perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dalam menyediakan barang dan jasa yang berkualitas namun dengan harga yang kompetitif. Harga yang kompetitif ditentukan oleh biaya-biaya yang diperlukan dalam menghasilkan barang dan jasa tersebut. Akan tetapi, strategi menekan biaya produksi di sini bukan satu-satunya aspek yang menjadi perhatian utama dalam strategi efisiensi dan menentukan harga jual produk. Diperlukan analisa yang jeli dalam menentukan metode perhitungan harga pokok produksi yang nantinya berimbas ke penentuan harga jual produk. Efisiensi yang berhasil dicapai akan berdampak langsung pada harga pokok penjualan. Hal tersebut tentu akan berpengaruh pada harga jual suatu barang dan akan berefek positif pada profit sebuah perusahaan.

Penentuan harga jual suatu produk mempunyai peranan yang sangat besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Apabila dalam menentukan harga jual produknya terlalu tinggi memang keuntungan yang dihasilkan akan semakin tinggi juga, jika produk tersebut laku terjual. Namun hal ini sangat beresiko. Penentuan harga jual produk yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen melirik ke perusahaan pesaing yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang lebih kompetitif dengan kualitas yang relatif sama. Jika hal ini tidak diperhatikan maka perusahaan

dapat kehilangan konsumen yang tentu saja akan mengurangi perolehan keuntungan perusahaan. Begitu pula jika penentuan harga jual yang terlalu rendah. Bisa dipastikan perusahaan akan mengalami kerugian karena harga jual produk tidak mampu menutupi biaya-biaya yang timbul.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga pokok produksi dari sebuah perusahaan, diantaranya yaitu *full costing* dan *variable costing*. Ketika perusahaan menggunakan metode *full costing*, maka semua biaya-biaya yang muncul akan diperhitungkan. Biaya-biaya tersebut antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat tetap maupun bersifat *variable*. Perbedaannya dengan metode *variable costing* adalah ketika menggunakan metode *variable costing* maka biaya produksi yang diperhitungkan hanya yang bersifat *variable* saja.

Kejelian perusahaan menganalisa dan menghitung harga pokok produksi menggunakan metode yang tepat dan sesuai akan menuntun strategi perusahaan dalam menentukan harga jual produknya. Hal ini akan berpengaruh dalam pencarian laba yang paling optimal dalam perjalanan bisnis perusahaan, dan tentu saja dalam konteks yang lebih luas yaitu keberlangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul:

ANALISA PERHITUNGAN HARGA JUAL PRODUK PADA
PT DELTA PRESISI INDUSTRI.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis mengambil pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana metode perhitungan dan penentuan harga jual produk PT Delta Presisi Industri?
2. Bagaimana perhitungan dan penentuan harga jual produk PT Delta Presisi Industri apabila menggunakan metode *variable costing*?
3. Bagaimana perbandingan perhitungan harga jual menurut PT Delta Presisi Industri dengan perhitungan harga jual menurut penulis dengan menggunakan metode *variable costing*?

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, untuk mempermudah dalam melakukan penelitian dan untuk mengembangkan pengetahuan obyek yang diteliti, maka penulis menetapkan batasan - batasan masalah sebagai berikut:

1. Metode perhitungan harga pokok produksi yang digunakan adalah metode *variable costing*.
2. Penelitian hanya dilakukan pada produk Meja *Finishing Stainless Steel*.
3. Penelitian pada Meja *Finishing Stainless Steel* hanya dilakukan pada periode bulan Maret sampai Mei 2018.
4. Penelitian tidak memisahkan biaya *semi variable*.

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka melalui penelitian ini penulis memiliki tujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana metode perhitungan dan penentuan harga jual produk PT Delta Presisi Industri.
2. Mengetahui harga jual produk PT Delta Presisi Industri apabila dihitung menggunakan metode *variable costing*.
3. Mengetahui perbandingan perhitungan harga jual menurut PT Delta Presisi Industri dengan perhitungan harga jual menurut penulis dengan menggunakan metode *variable costing*.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam hal analisa perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual suatu produk. Selain itu penelitian ini sangat berguna terutama dalam mengembangkan teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi nyata yang ada di dunia industri.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam memperhitungkan harga pokok penjualan untuk menentukan harga jual yang paling tepat atas produk yang diproduksi.

3. Bagi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Bagi perpustakaan Universitas Mercu Buana Yogyakarta penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bacaan.

4. Bagi Pembaca dan Peneliti Lain

Dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan lebih luas tentang penetapan harga jual produk sehingga dapat memunculkan strategi bisnis yang lebih tepat. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dan bahan kajian dalam penelitian yang lebih luas.